基于受众视角的视频摘要质量及传播效果评估与思考——以“中国高分子”视频摘要为例

刘文睿[1)]　黄沈燚[2,3)]　翁彦琴[2,3)]　黄英娟[1)**]

1）中国科学院化学研究所《高分子学报》、*Chinese Journal of Polymer Science*、《高分子通报》联合编辑部，北京市海淀区中关村北一街 2 号 100190

2）中国科学院文献情报中心，北京市海淀区中关村北四环西路 33 号 100190

3）中国科学院大学经济与管理学院信息资源管理系，北京市海淀区中关村北四环西路33号 100190

摘　要：［目的］调研目标受众对视频摘要认可度以及对其质量与传播效果的评价，探讨国内学术期刊视频摘要建设的对策。［方法］结合“中国高分子”视频摘要的实践，以高分子领域科研工作者为调研对象，分别从媒体形式、传播优势、制作意愿、内容要素以及视频评价等方面进行问卷调查，对获得的结果进行分析。［结果］目标受众对视频摘要传播效果赋予高期待值，但是 “中国高分子”视频摘要传播优势并没有发挥到最大化，在内容和表现形式方面还有很大提升空间。［结论］建议期刊从三方面加强建设：从受众需求出发制作视频摘要，在内容上适当延伸以增加学术性，丰富视频摘要的表现形式以提高趣味性；增加推广频率，拓宽宣传广度，针对不同平台定制化进行视频摘要的制作；充分利用人工智能技术，为视频摘要制作与传播提效赋能。

关键词：　学术期刊；视频摘要；“中国高分子”；调查研究

DOI：

随着移动互联网、大数据等技术的发展和普及，以及媒体融合深度发展等政策的全面推进[1-3]，声画并茂的动态可视化模式不仅能满足读者日益增长的高质量、多元化、碎片化阅读需求，也成为学术期刊出版转型升级的应然路向[4]，提升学术期刊影响力的重要途径[5]。近几年，短视频因其个性化、娱乐化特点在众多媒介中脱颖而出，截至 2022 年 6 月，我国短视频用户规模达 9.62 亿，占网民整体的 91.5%[6]。在此背景下，文章视频摘要应运而生，促进短视频和学术期刊传播的融合发展。

视频摘要是以视频形式展示文字和图片摘要[7]。一方面，视频摘要在充分调动多感官基础上，可以直观地呈现科研学术内容，表达作者意图，从而减少读者获取信息的时间成本，获得更多的关注度。另一方面，视频摘要可以让作者的科研成果得到更多的关注，增加作者自身影响力，同时也扩大期刊影响力。国际著名出版商已开通了学术期刊重要学术成果的视频摘要服务,如，Wiley 为作者有偿提供视频摘要制作和推广服务[8]；Nature 官网开通了 “Videos”栏目[9]。

国内办刊人对视频摘要实践也进行了一些研究。张新玲以 *Journal Physical Chemistry Letters* 为例，总结其制作和推广经验，为我国科技期刊视频摘要的制作和宣传提出了建议[10]；鲁翠涛总结了视频摘要的制作及注意事项，讨论了视频摘要目前存在的问题和今后的发展策略[11]；《新医学》探讨了实操类视频及动画摘要的应用效果[12]；蒋恺采用案例分析等方法，提出新技术赋能的学术短视频生产方案[13]。这些研究从学术期刊的角度，以信息传播者的身份对开展视频摘要进行了探索和总结。有文献从传播学理论的角度对科技期刊短视频及短视频运营进行分析，如，欧梨成以抖音、哔哩哔哩和微信视频号为例，基于传播学“5W”模式提出科技期刊短视频平台的运营策略[14]；路小静基于传播学的“使用与满足”理论，分析学术期刊运用短视频的策略[15]。从其理论分析可见受众需求在学术期刊视频摘要建设中具有重要地位，但是尚未见实践调研读者受众对视频摘要的需求或认可度的研究报道。读者对视频摘要的阅读体验是检验信息传播效果的重要依据之一[16]。尚未有办刊人从视频摘要的受众视角对视频摘要的质量与影响力等方面进行深入分析研究。本研究以高分子领域的科研工作者为研究对象，通过调查问卷的形式直接获取目标受众对学术期刊视频摘要的质量评价与认可度等维度的认知，并结合“中国高分子”视频摘要的实践经验，评估了视频摘

** 作者简介：刘文睿（ORCID: 0000-0001-6415-658X），博士，E-mail: liuwenrui@iccas.ac.cn；黄沈燚，硕士研究生; 翁彦琴，博士，研究馆员；

通讯作者：黄英娟（ORCID: 0000-0002-7532-147X），博士，副编审，E-mail: yjhuang@iccas.ac.cn

要传播效果，同时对国内学术期刊视频摘要的建设发展提出对策。

1 受众对视频摘要的看法

1.1 研究对象及方法

本文聚焦于研究“中国高分子”视频摘要，其内容主要来源于 *Chinese Journal of Polymer Science*（CJPS）、《高分子学报》和《高分子通报》三本期刊(简称：高分子三刊)。高分子三刊由中国科学院化学研究所和中国化学会共同主办，拥有不同的办刊定位，致力于服务高分子领域内的学术交流和知识普及，推动中国高分子全面健康发展。2022 年 5 月开通“中国高分子”视频号，并与“中国高分子”微信公众号关联。

学术期刊的目标受众大多是相关领域的研究人员、工程技术人员、高等院校的教师和学生等。本文以高分子领域的科研工作者为研究对象，分别从制作要素、媒体形式、传播优势、制作意愿、视频评价等方面设计调查问卷，包括 21 道题目，其中 17 道属于学术期刊视频摘要传播效果问题，4 道基本信息及开放性问题。采用问卷星作为问卷调查设计平台。通过高分子联合编辑部在各个高分子领域的作者、专家交流群中转发调查问卷，共收回 300 份有效问卷进行结果分析。

1.2 结果与分析

1.2.1 读者受众对视频摘要传播效果赋予高期待值 在关于最佳传播媒体方式的问题上，有 28.33%的人认为传播效果取决于文章内容质量（图 1）。除此之外，在具体的媒体形式选择中，认为视频传播效果好的人数占比最高，为 28.33%，与认为内容为王的人数持平。认为文字介绍传播效果好的占比 20.33%，认为文章链接与信息图传播效果好的分别是 11.67%和 10.67%。只有 0.67%的人认为音频的传播效果好，这可能与高分子的学科性质有关。实验性强，某些反应机理或实验操作复杂，加之一些理论公式复杂深奥，难以仅用语言简短地表述清楚。可见对于像高分子一类的实验学科，并不适用于音频传播。

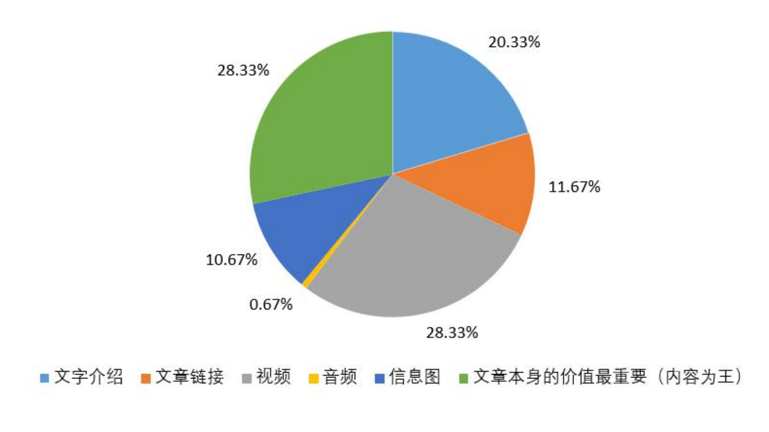


图 1 科研工作者认为的最佳传播媒体形式

对视频摘要传播效果的优势进行调查（图 2），发现超过 60%的人认为使用视频摘要可以扩大科研成果传播力度，提升知识传播效率，提供新的学术交流方式和提高文章影响力。45.75%的人选择了视频摘要可以增加作者知名度。另外，在参与调查的 300 人中，有 26 人的文章已被制作过视频摘要，被问及是否愿意继续为自己的文章制作视频摘要时，96.15%的人选择“是”。整体来说，科研工作者对视频摘要的传播效果还是以持有正面态度为主。目标受众对视频摘要正面的反馈使期刊更有信心和动力将视频摘要建设持续进行下去。

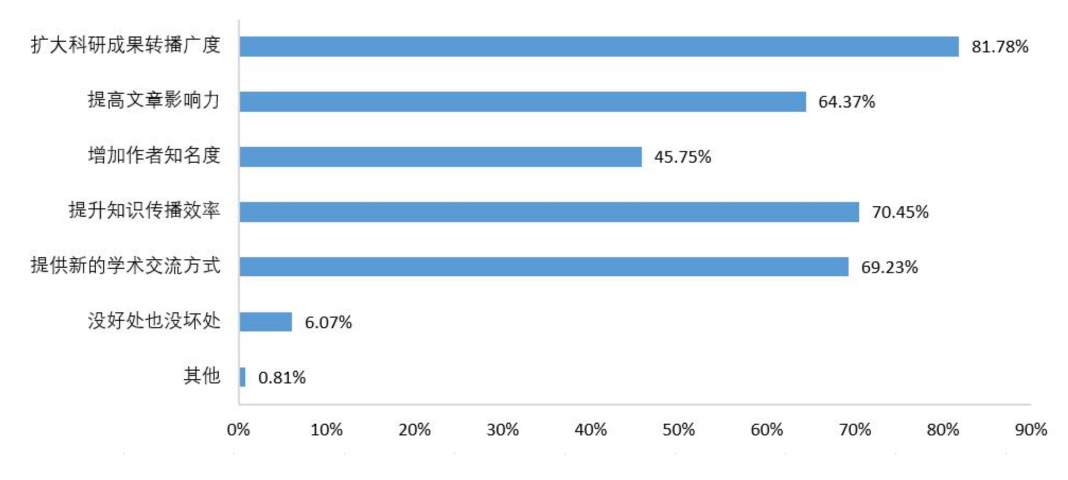


图 2 视频摘要传播效果优势

1.2.2 优秀视频摘要应具备的要素及重要性 优秀的视频摘要可以吸引读者的关注，增强读者对期刊的黏性，提升期刊的影响力。如何制作生产出符合目标受众口味的视频摘要，最关键的是要挖掘其真实的需求。本文在问卷中对优秀的视频摘要应具备的因素及重要性方面进行了调研，超过一半的研究对象认为内容恰当，层次分明；画面美观，富有吸引力；长度合适，规格适宜；视频附带简洁的文字介绍和文章链接，以及研究内容具有创新性和开拓性是非常重要的因素（图 3），因此，这也是期刊制作视频摘要时应该优先考虑的方面。

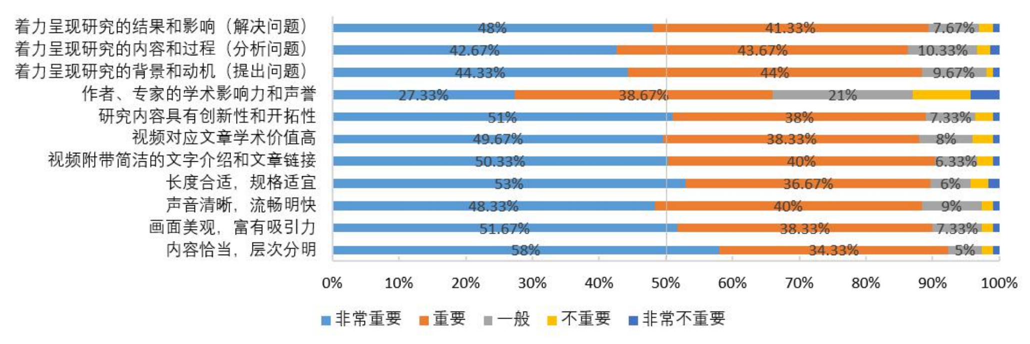


图 3 优秀视频摘要应具备的要素及重要性

1.2.3 读者受众对视频摘要的了解度以及对视频风格的评价 在研究对象对文章视频摘要的了解度方面（图 4a），只有 11.33%的人表示非常熟悉视频摘要，28.33%的人表示会收到并会观看视频摘要推送。42.67%的人看到过视频摘要但印象不深，属于不太了解范畴，还有 17.67%的人表示并没有接触过视频摘要。超过半数研究对象对视频摘要不熟悉，反映出视频摘要的宣传推广工作还需要进一步加强。可见，“酒香也怕巷子深”，增加视频摘要普及度，需要期刊持续有效地进行推广。

接触过视频摘要的研究对象对“中国高分子”视频风格进行评价（图 4b），有 65.10%的人给出了“视频富有创意，吸引力强”的高评价。但是，也有 11.76%的人认为内容深度不足，需增加学术性，侧面也说明“中国高分子”视频摘要在“内容恰当，层次分明”方面还需要进一步提高优化。17.25%的人认为表现形式比较单一，需要提高趣味性。

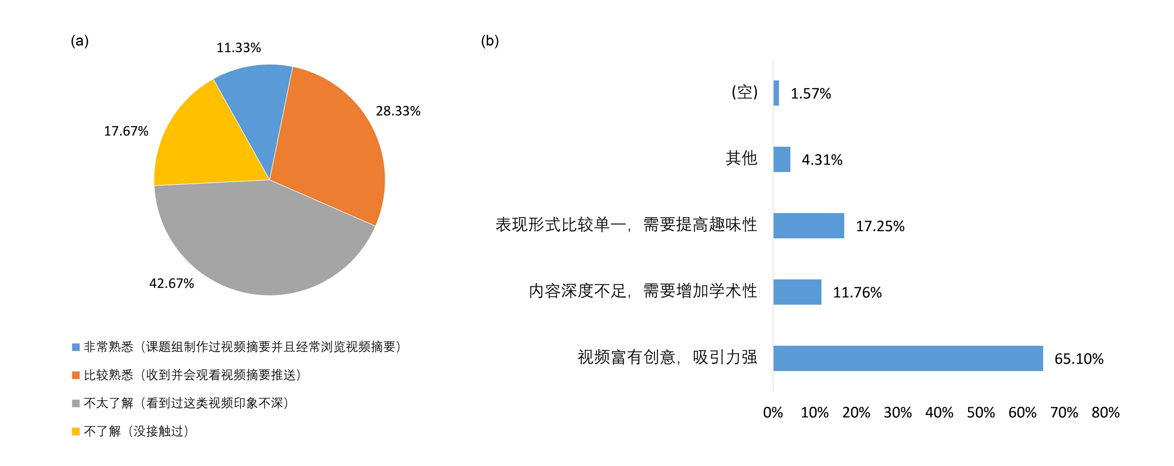


图 4 研究对象对(a)视频摘要的了解度和对(b)“中国高分子”视频风格的评价

2“中国高分子”视频摘要探索及分析

基于以上读者受众对视频摘要的评价，结合视频摘要的实践，本文深入研究了现有的视频摘要质量与传播效果，为优化视频摘要找寻方向，以更好地服务受众。

2.1 视频摘要制作模式探索

2.1.1 编辑部制作模式 数字技术的发展催生了许多操作简单便捷的视频制作软件，高分子三刊将现有的软件技术应用到学术期刊的视频制作上，助力了科研成果与期刊的广泛传播。选定制作视频摘要的文章后，编辑根据自己对文章内容的理解，按照“前沿/背景-文章内容-结束语”层次递进的视频内容制作流程来制作视频摘要，其素材主要来自文章图表、网络图片等。前沿/背景制作部分加入了一些科普化的内容，以吸引更多受众，提高二次传播率；视频中的文章内容部分主要展现文章的创新点或重要的结果与结论等信息，以使读者看到视频后清晰地了解到文章的主旨；结束语部分主要介绍文章的来源，方便读者获取原文信息，值得一提的是，这与调研结果得出的优秀视频摘要应具备的“视频附带简洁的文字介绍和文章链接”要求相符。有调查显示，从视频传播指数结果出发，最宜采用的文章视频时长不超过 3 分钟[17]。因此，编辑部将视频摘要时长控制在 3 分钟以内。视频为中文配音，主要来自 AI，这种配音方式快捷又节省成本。视频制作完成后编辑部发作者确认，确认无误后及时在微信公众号和视频号上同步推出。“中国高分子”视频摘要的更新频率为一周一更。编辑部通过视频的阅读量，在看数和点赞数来确认视频的关注程度。

2.1.2 公司制作模式 英文期刊的服务对象是国际学者，期刊发表的优秀科研成果的海外推广是扩大其影响力的重要途径之一。我们期刊编辑部与国际海外推广公司签订合同，将优质文章交由他们制作视频摘要并帮助推广。在制作视频摘要时，编辑部将选定的文章和作者信息一并提供给公司联系人，由公司与作者沟通视频摘要的内容，制作完成后发给作者和编辑部确认。公司帮助 CJPS 期刊开通 Facebook，Twitter 等社交媒体账号，将制作好的视频上传，并将下载和观看视频的数据发送给编辑部。这种模式为 CJPS 期刊在国外社交媒体上传播期刊上的优秀科研成果提供了便利。

截至 2023 年 3 月 1 日，“中国高分子”微信号共推送 5 个由公司制作的视频摘要，27 个编辑部制作的视频摘要。制作周期方面，公司制作视频的周期通常超过 7 天，编辑部制作视频通常 2~3 天。公司制作的视频采用英文配音，并配上中英文字幕，在国际渠道传播的同时也满足了国内学者的阅读需求。编辑部制作视频采用中文配音，主要在国内公众号和视频号上宣传推广（如表 1）。两种制作模式下的视频成本相差巨大，公司制作视频价格相对昂贵，编辑部制作视频成本仅为视频制作软件使用成本，平均到每一视频，成本价格较低。相比而言，公司制作视频的模式节省了编辑部的时间成本和人力成本，但是视频制作费用较高，且制作周期比较长。

表 1 两种制作模式下视频摘要基本信息情况

视频摘要制作模式	视频数量[a]	平均时长	制作周期/天	配音/字幕
公司制作	5	1 分 42 秒	>7	英文配音，中英文字幕
编辑部制作	27	1 分 32 秒	2-3	中文配音，中文字幕

[a] 截至 2023 年 3 月 1 日。

2.2 视频摘要质量与传播效果综合分析

2.2.1 视频摘要传播优势分析 在新媒体流行的当下，信息传播不再仅是“信息传递”的概念，而是意味着分享和参与。因此分享率是衡量传播效果的一个重要指标。为了分析比较文字传播和视频摘要传播的效果，本研究以同时具有文字报道和视频摘要的文章为研究对象，分别统计其文字报道和视频摘要的分享率平均值（分享率=分享次数/阅读数，阅读数和分享次数来源于微信公众号后台）。文字报道的分享率平均值为 5.26%，低于视频摘要的分享率平均值 5.80%。此数值与前面通过调查问卷得出受众对视频摘要赋予高期待值的结果相一致。相比于静态的文字而言，视频通过镜头语言、配音、音效等视觉和听觉的双重感知，能够更生动的传递信息。整体来看，视频摘要具有传播优势，但是分享率值并不是很高，“中国高分子”视频摘要的传播并没有将优势发挥到最大化，这与前面分析的受众认为“中国高分子”视频仍有不足之处相一致。

2.2.2 视频摘要的制作质量分析 在分析了视频摘要传播效果优势后，如何制作视频，让视频传播发挥最大的效果就成了视频摘要建设的重点。本研究对比了期刊两种制作模式下视频摘要的质量，包括内容、画面、时长等。在视频摘要内容方面，编辑部制作的视频摘要分为文章视频摘要、专辑视频摘要、专栏视频摘要等，类型丰富，自主选择内容灵活。文章视频摘要主要介绍单篇文章的创新点或重要的结论，当三刊上存在相同或相似研究方向的文章时，编辑也会将其基本信息一并附于视频摘要中，为相关领域的研究学者提供较为全面的文献信息。专辑视频摘要包括特定专题的多篇文章内容摘要，以及期刊专辑“发布会”，主要介绍专辑的由来和每篇文章核心内容。专栏视频摘要是指期刊相同栏目内的文章内容合集，旨在为读者呈现期刊的特色栏目，如 CJPS 的 Editorial 栏目，通过专栏视频摘要的形式可加深读者对其印象。公司制作的主要为文章视频摘要，同时有少量的专辑视频摘要的制作。

两种制作模式下的视频摘要都包含文章的研究背景、研究内容等基本信息，以及标识性信息，包括题目、作者、DOI，便于感兴趣的读者“追踪”到原文。两者都具备优秀视频摘要的“视频附带简洁的文字介绍和文章链接”条件。编辑部的学科编辑对文章内容理解更到位，能挖掘出文章的重要信息，有时对视频的切入点会有不同于作者的想法，在内容的表现形式上也多种多样，如采用自问自答或者提问的方式，吸引读者的关注。而公司制作的视频主要是从作者对内容理解的角度来切入，更加注重科学内容的可视化表达。

从视频组成画面来看（图 5），公司制作的视频所用素材丰富多样，画面切换自如、流畅，更具科技感；编辑部制作的视频多为“动画风”，画面素材相对单调，整个视频主要以文字强调为主。在优秀视频摘要应“画面美观，富有吸引力”这方面，公司制作的视频更胜一筹。造成这种差别的原因在于制作技术，一方面编辑部选择的视频软件功能有限，即，技术上的差别造成视频质量的差异；另一方面，与专业的视频制作技术人员相比，编辑部的编辑属于兼职制作，缺少专业的视频制作训练，技术上还需进一步提高。在视频摘要时长方面，公司制作的视频摘要平均时长为 1 分 42 秒，编辑部自己制作的视频平均时长为 1 分 32 秒。在较短的视频摘要时间内，视频脚本能全面总结文章的主要研究工作，这与视频制作人员扎实的学科

背景和深厚的文字功底紧密相关。两者制作模式下的视频摘要时长都在 3 分钟以内，满足“长度合适，规格适宜”的要求。



图 5 (a)-(c)为公司制作视频画面截图；(d)-(f)为编辑部制作视频画面截图

2.2.3 视频摘要的传播效果评估 在国外媒体平台传播方面，公司反馈给编辑部阅读量、链接点击量等数据，编辑部根据这些指标数据来评估视频摘要的受关注度。在推送后的四个月中，Facebook 上平均每篇视频摘要的阅读量为 369，占到推送总人数的 1.64%，进而链接到期刊在 Facebook 主页的数量为 338；而在 Twitter 上，平均每篇视频摘要阅读量为 4777，占到推送总人数的 5.6%，链接到期刊主页的数量为 2097。平均而言，每篇视频摘要为期刊网站带来的点击量为 1032。优秀文章视频摘要在国际传播中，能够吸引国外相关研究领域学者和读者的关注，使其由关注一篇文章进而链接到 CJPS 期刊，从而扩大期刊在国际上的影响。同时，为了引起国际学者更广泛地关注期刊内容，合作公司也提供了帮助上传编辑部制作的视频摘要至国外媒体平台的服务，其传播效果有待后续进一步分析。

在国内传播方面，编辑部分析了两种制作模式下视频摘要在微信公众号和视频号上的表现，计算得到公司制作视频的平均分享率为 5.58%，略低于编辑部制作视频的平均分享率 5.80%。这两者的差值低于上述视频摘要和文字报道平均分享率的差值，因此本文又进一步分析了两种制作模式下的阅读量，在看数和点赞数。为了减少新推送视频摘要的指标滞后性的影响，仅以截至 2023 年 2 月 1 日的视频为统计对象。整体效果如图 6 所示，在阅读量方面，编辑部制作的视频阅读量的上四分位数、上极值明显优于公司制作视频，特别值得关注的是，有两个视频的阅读量突破了 1500 条；在观看数方面，编辑部制作的视频上极值优于公司制作，其他无明显差异；点赞数方面，除中位数外，各个分位数值均优于公司制作。结果表明，在国内的传播效果方面，编辑部制作的视频摘要在平均分享率，阅读量、在看数指标的分位数值略优于公司制作，但是整体效果尚不理想，在看数和点赞数的整体数值低于 10，阅读量的整体值低于 1000，距离成为“爆款”视频尚有一定距离。结合调研结果分析，在内容的选择和画面的呈现上，做到学术性和趣味性两手抓是编辑部应该努力的方向。

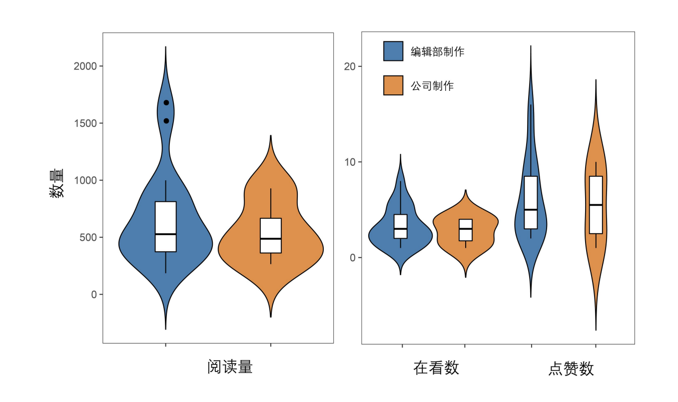


图 6 两种制作模式宣传效果初步评估

3 学术期刊视频摘要建设的启示

3.1 基于“优质内容”地基，筑牢“表现形式”墙体

视频摘要是文章内容基础上层的多元化表达形式之一。高分子三刊包含了高分子领域的大量优质文章，为视频摘要的制作提供了十分扎实的“地基”。这与“研究内容具有创新性和开拓性”要求基本符合。除此之外，视频的表现形式，即包括视频内容及其呈现方式、制作技术、画面、素材等，是建设优秀视频摘要的“墙体”。编辑部制作视频所反应出的画面素材相对单调、制作技术欠佳，以及通过调研发现的学术性和趣味性不足的问题正是“墙体”不牢的表现，也是没有成为“爆款”视频的原因之一。地基打得牢，墙体砌得厚，高楼才能建得高。编辑部应注重资源整合，可以尝试和公司共同创作：编辑部基于文章理解提供视频脚本并与作者沟通，公司则主要负责提供视频制作技术，双方各尽其能，各展其才。

在内容的选择上，期刊应针对受众需求制作视频摘要，如可以调研目标受众期待/最关注的研究方向，将这些研究方向作为视频摘要的重点内容。通过深入挖掘目标受众的需求和兴趣点，期刊可以更精准地制作视频摘要，从而提高受众的认可度和传播效果。同时，视频摘要的内容不应仅局限于文章文字及图表，可以进行适当的内容延伸，以增加视频摘要的学术性，比如在研究背景部分，将相关领域的最新研究进展进行串联；视频主体部分增加适当的实验和理论讲解以及结果分析，这部分内容可由编辑部提供，作者审核，或由作者提供深度解读材料。在画面的呈现上，视频不应该只是文章的简单复刻，而应该以更生动的表现形式、更活泼的语言方式向读者展示学术论文的精华内容[18]。例如在视频片头将视频摘要的内容和时事热点或实例故事关联起来，以增加视频摘要的趣味性，吸引读者的关注度。又或是利用公司专业的视频制作技术，以动画讲解的模式呈现文章主要实验过程或工作机理，将抽象概念形象化，增强趣味性。

3.2 拓宽视频化宣传广度，助力提升期刊的影响力

目前，高分子三刊的视频摘要主要在国内的微信公众号和视频号，以及国外的 Facebook 和 Twitter 上推送。加之调研结果反映出的视频摘要普及度不够问题，期刊还需要进一步提高推广频率，拓宽宣传广度。除公司制作英文版视频摘要之外，编辑部今后也会探索英文版视频摘要的制作，用于国外媒体平台的宣传推广，在增加视频摘要更新频率和吸引国际受众的同时，满足不同受众的喜好，展现不同视频摘要风格。并通过观察风格样式的受欢迎程度，来优化后续视频摘要的制作。对于英文版视频摘要，期刊应注重了解国外受众的文化差异、阅读习惯等，制作符合国际受众口味的内容。另外，国内的媒体平台除微信之外，微博、知乎、B 站、抖音、快手等也是期刊视频摘要传播可选择的阵地范围，以此构建和丰富视频化新媒体宣传矩阵。针对媒体平台不同的定位，期刊可以定制化地进行视频摘要的制作，以达到各个平台最佳的传播效果。

3.3 学习利用新技术，为视频摘要制作传播提效赋能

近年来，人工智能、自然语言处理等技术的兴起为学术期刊的发展提供了机遇。利用好人工智能等先进技术可以大大解放劳动力，为视频摘要的制作和传播提效赋能。目前，编辑部在制作视频摘要过程中，采用了 AI 自动生成配音功能，在输入文本后，可以一键生成男音、女音、童音等不同风格配音，为编辑部制作视频降低时间成本方面提供了有力的支持。当然，新技术的功能远不止如此。编辑部目前正在探索利用 AI 自动生成视频脚本，以提高视频摘要的生产效率和质量。

此外，本文在调查问卷方面，是人工进行问卷主题确定，问卷设计，问卷发放和回收，问卷效果分析。在后续的工作研究中，会利用 AI 进行自动化问卷设计和自动化问卷效果分析，精简问卷设计整体的环节和耗时，以达到提升效率的目的。还会利用 AI 技术进行语义分析和情感识别，通过对受众的反馈数据进行深度挖掘和分析，编辑部可以更加准确地判断哪些主题和风格更受欢迎，并据此进行视频摘要的优化和改进。

4 结束语

本文以“中国高分子”视频摘要制作实践与读者受众调研为例，通过对读者受众的问卷调研，直接获

取受众对视频摘要的认可度及质量评价，并结合视频摘要实践，对其制作模式及传播效果进行了分析对比。发现 “中国高分子”视频摘要在学术性和趣味性、宣传推广等方面还存在较大提升空间。针对这些问题，期刊今后将在视频内容和表现形式上对视频摘要进行优化以满足读者阅读的需求或认可度；增加推广频率，拓宽宣传广度，针对不同平台定制化进行视频摘要的制作。同时积极探索如何利用人工智能等先进技术为视频摘要传播提效赋能，将视频摘要的传播优势最大化。本调查研究也存在一些不足之处，如期刊样本量不够多、期刊学科研究方向相对单一以及读者群体未细分等，在今后的研究中改进这些不足之处，以此为国内学术期刊开展视频摘要分享更多的经验。相信通过深入研究与实践，学术期刊视频摘要建设将不断完善，在助力提升期刊影响力方面发挥一定的作用。

参考文献：

[1] 秦思慧.“移动互联网+”时代学术期刊与新媒体融合浅探[J].编辑学刊,2022(2):90-94.

[2] 赵爱清.融媒体时代学术期刊传播矩阵的运营策略[J].中南民族大学学报(人文社会科学版),2022,42(11):174-180,188.

[3] 余朝晖,邹强,彭茜珍,等.媒介互联互通视域下科技期刊媒体融合发展研究[J].长江大学学报(社会科学版),2022,45(3):119-124.

[4] 王江蓬. 融媒体语境下科技期刊可视化出版的实践进路、发展瓶颈及突破策略[J].中国编辑，2020(12):112-116.

[5] 陈莉.中国科技期刊视听化状况及其提升路径[J].编辑学报,2019,31(3):308-312.

[6] 中国互联网络信息中心. CNNIC 发布第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》［EB/OL］.［2023-03-26］. https://www.cnnic.cn/n4/2022/0916/c38-10594.html.

[7] 习妍,孔丽华,郎杨琴,等.信息传播技术在科技论文中的应用：图文摘要、视频摘要及播客的制作[J].科研信息化技术与应用,2018,9(6):47-55.

[8] Wiley Editing Services［EB/OL］.［2023-03-26］. https://editingservices.wiley.cn.

[9] Videos［EB/OL］.［2023-03-26］. https://www.nature.com/nature/videos.

[10] 张新玲,谢永生,章权.对比视角下我国科技期刊文章视频摘要制作和推广对策分析[J].科技与出版,2022(9):64-68.

[11] 鲁翠涛,赵应征.国际科技期刊视频摘要发展概况及其启示[J].编辑学报,2018,30(1):25-28.

[12] 洪悦民.短视频在传统医学期刊中的应用探索：以《新医学》杂志为例[J].编辑学报,2022,34(6):668-672.

[13] 蒋恺,宋扉,杨海燕,等.新技术赋能的科技期刊学术短视频生产方法与实践[J].中国科技期刊研究,2022,33(10):1398-1403.

[14] 欧梨成,张帆,陈培颖.传播学视域下科技期刊短视频平台运营策略探析——以抖音、哔哩哔哩和微信视频号为例[J].中国科技期刊研究,2022,33(1):58-66.

[15] 路小静,胡慧河,姚永春.“使用与满足”理论下学术期刊应用短视频的策略分析[J].科技与出版,2020(10):45-49.

[16] 韩璐.科技期刊视频传播再考察[J].出版发行研究,2021(8):45-51.

[17] 吴祝华,刘若瑾,洪淳薇,等.科技期刊论文视频化传播范式研究[J].新媒体研究,2022,8(24):94-99.

[18] 王沛然,李华英,华巍.新媒体出版在学术期刊知识传播中的应用路径[J].出版广角,2021(14):44-46.

Assessing and thoughts on the quality and communication effect of video abstracts based on audience perspective——taking "Chinese Polymer" video abstracts as an example

LIU Wenrui[1)], HUANG Shenyi[2,3)], WENG Yanqin[2,3)], HUANG Yingjuan[1)*]

1) Editorial Office of *Acta Polymerica Sinica*, *Chinese of Polymer Science*, and *Polymer Bulletin*, Institute of Chemistry, Chinese Academy of Sciences, 2 Zhongguancun North First Street, Haidian District, Beijing 100190, China
2) National Science Library，Chinese Academy of Sciences，33 Beisihuan Xilu，Zhongguancun，Haidian District，Beijing 100190，China
3) Department of Library，Information and Archives Management，School of Economics and Management，University of Chinese Academy of Sciences，33 Beisihuan Xilu，Zhongguancun，Haidian District，Beijing 100190，China

Abstract

[**Purposes**] This paper aims to discuss the strategy for the construction of video abstracts of domestic academic journals by investigating the target audience's recognition of video abstracts and their evaluation of the quality and dissemination effects of video abstracts.

[**Methods**] Combining with the practice of "Chinese Polymer" video abstracts, a questionnaire survey on the media format, dissemination advantages, production intention, content elements and video evaluation, was conducted with researchers in the field of polymer as the research target, and the results were analyzed.

[**Findings**] The target audiences have a high expectation on the communication effect of the video abstracts, but the advantages of the video abstracts of " Chinese Polymer" have not been maximized, and there is still a lot of room for improvement in terms of content and presentation.

[**Conclusions**] It is suggested that journals should be strengthened from three aspects: producing video abstracts from audience needs, extending the content appropriately to increase academic content, and enriching the presentation of video abstracts to improve interest; increasing the frequency of promotion, broadening the breadth of publicity, and customizing the production of video abstracts for different platforms; making good use of artificial intelligence to improve the efficiency of video abstracts dissemination.

Keywords Academic journals; Video abstract; “Chinese Polymer”; Investigation

[作者贡献声明]：

刘文睿：处理与分析数据，撰写、修改论文；
黄沈燚：设计调查问卷；
翁彦琴：参与研究思路与调查问卷设计，修订论文；
黄英娟：提出选题，设计研究思路和论文框架，修订论文；